

RINGKASAN

Kerugian yang ditimbulkan dalam kegiatan pemasaran dapat mempengaruhi hasil pemasaran dan pendapatan yang didapat oleh pelaku usaha. Adanya risiko pemasaran pada tanaman hias dapat dilihat dari variasi dan fluktuasi tingkat keberhasilan penjualan tanaman hias, di mana jumlah tanaman yang ditanam jumlahnya tidak sama dengan jumlah tanaman yang berhasil dijual dan jumlahnya tidak pasti walaupun ditanam dengan jumlah tanaman yang sama setiap periodenya. Penerapan diversifikasi tanaman *Walisongo/Schefflera sp*, *Philo burlemex*, *Philo golden*, dan *Hemigraphis* dalam upaya mengurangi risiko merupakan suatu hal yang menarik untuk diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengidentifikasi risiko pemasaran tanaman hias yang dihadapi PT Godong Ijo Asri, 2) mengetahui tingkat risiko pemasaran masing-masing kombinasi diversifikasi tanaman hias di PT Godong Ijo Asri, 3) mengidentifikasi alternatif bentuk penanganan risiko pemasaran yang sebaiknya dilakukan oleh PT Godong Ijo Asri.

Penelitian ini dilakukan pada PT Godong Ijo Asri yang berlokasi di Jalan Cinangka Raya No. 60, Desa Serua, Sawangan, Depok, Jawa Barat. Pemilihan lokasi dilakukan dengan sengaja (*purposive*). Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Penelitian ini berlangsung selama satu bulan yaitu April 2017. Sasaran penelitian yaitu bagian pemasaran dan produksi tanaman hias di PT Godong Ijo Asri. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Pengambilan data menggunakan teknik wawancara, observasi dan studi literatur. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif yang digunakan untuk identifikasi risiko. Penelitian ini juga menggunakan analisis risiko yang mengukur baik kegiatan spesialisasi maupun kegiatan diversifikasi yang dilakukan perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa risiko pemasaran tanaman hias yang dapat diidentifikasi yaitu adanya produk tidak terjual dan kerusakan tanaman pada saat pengiriman yang menyebabkan kerugian bagi perusahaan. Kombinasi diversifikasi dari tanaman hias di PT Godong Ijo Asri memiliki tingkat risiko pemasaran (koefisien variasi) yang berbeda-beda. Tingkat risiko pemasaran paling rendah yaitu kombinasi tanaman hias *Walisongo/Schefflera sp* dan *Philo burlemex*, sedangkan tingkat risiko pemasaran paling tinggi yaitu kombinasi tanaman hias *Philo golden* dan *Hemigraphis*. PT Godong Ijo Asri belum melakukan penanganan pada risiko pemasaran yang dihadapi, sehingga alternatif bentuk penanganan risiko pemasaran yang perlu dilakukan adalah kontrak pemasaran, perbaikan pada standar operasional distribusi dan tetap melakukan diversifikasi usaha.

SUMMARY

Losses incurred in marketing activities can affect the results of marketing and profits earned by business actors. The existence of marketing risk on ornamental plants can be seen from the variations and fluctuations in the success rate of sales of ornamental plants, where the number of planted plants is not the same as the number of plants sold and the number is uncertain although planted with the same number of plants each period. Application of diversification of Walisongo/Schefflera sp, Philo burlemax, Philo golden, and Hemigraphis in an effort to reduce risk is an interesting thing to study. This study aims to 1)to identifying the marketing risk of ornamental plants faced by PT Godong Ijo Asri, 2) to knowing the marketing risk level of each combination of ornamental plants diversification in PT Godong Ijo Asri, and 3)to identifying alternative forms of the marketing risk management that should be done by PT Godong Ijo Asri.

This research was conducted at PT Godong Ijo Asri located at Jalan Cinangka Raya No. 60, Serua Village, Sawangan, Depok, West Java. Site selection is done intentionally (purposive). The research method used is case study. This research lasted for one month that is April 2017. Target of research is the part of marketing and production of ornamental plant at PT Godong Ijo Asri. The type of data used is primary and secondary data. Data collection using interview technique, observation and literature study. Methods of data analysis using descriptive analysis used for risk identification. This study also uses risk analysis that measures both the specialization activities and the diversification activities undertaken by the company.

The result of the research shows that marketing risk experienced by PT Godong Ijo Asri is the excess of unsold products and damage of plants/dead plants on the delivery process. The diversified combination of ornamental plants at PT Godong Ijo Asri has different levels of marketing risk (variation coefficient). The lowest level of marketing risk is the combination of Walisongo / Schefflera sp and Philo burlemax, while the highest level of marketing risk is the combination of Philo golden and Hemigraphis. PT Godong Ijo Asri has not handled the marketing risks, so the alternative forms of marketing risk management that need to be done are marketing contracts, improving the distribution operational standards and still diversifying the business.